

Cuarentena: Alimentación y cultura digital

Thiago Mattera

Matias Zani

El siguiente trabajo consiste en una investigación en la cual se analiza la repercusión e influencia que los medios de comunicación generan a lo largo de los últimos años y se busca enmarcar como esta influencia genera cambios en la alimentación de los seres humanos, tanto positivos como negativos. Este fue elaborado mediante la recopilación de información acudiendo a fuentes previas, como investigaciones ajenas, libros, entre otros.

De esta manera, se toman a diversos autoras como Lucia Merino Marilos o María Mata, y sus planteamientos en donde desarrollan el concepto de cultura digital con el fin de potenciar el análisis y mediante un cuestionario propio del trabajo realizado a un nutricionista, se busca enseñar cómo la alimentación se ha transformado en la cuarentena.

Introducción:

La alimentación es la forma en la que los seres humanos obtienen los nutrientes, vitaminas y minerales de nuestras comidas para poder tener energía y por lo tanto, llevar a cabo nuestras rutinas diarias. Esta es fundamental para el cuerpo humano ya que tiene la capacidad de prevenir y recuperarse de enfermedades, reemplazar, reparar, construir células y tejidos, y llevar a cabo procesos químicos como puede ser la digestión de los alimentos. Además, con una correcta ingesta de alimentos podemos lograr un desarrollo equilibrado y por lo tanto, una correcta forma de vida. Es por esto, que se debe hacer un hincapié fundamental desde pequeños para comprender la importancia de una correcta ingesta de alimentos, tanto en las familias como instituciones.

Ahora bien, en los tiempos de pandemia, la cultura digital ha influido de una manera descomunal en el aspecto alimenticio. En una sociedad que permanece en constante crecimiento y transformación, la Cultura Digital emerge con novedosas prácticas sociales que reconfiguran la mayoría de los aspectos de nuestras vidas.

Al tener que estar encerrados debido al COVID -19, hemos cambiado nuestras rutinas diarias en donde la alimentación y el sedentarismo fueron las bases.

Con referencia a la investigación de Lucía Merino Malillos (2013) explica que ¹*“la redes sociales se han erigido como las plataformas de relación e interacción preferidas para una generación de jóvenes que ha crecido rodeada de aparatos tecnológicos”*(p,1).

Ahora, si tomamos este hincapié de Malillos sobre los Centennials, ¿Cuánto influye la tecnología en relación a la alimentación y el sedentarismo de los jóvenes? Por un lado, el encierro y la conciencia de que nuestra actividad física es casi nula, trajo buenos resultados. Un ejemplo de esto son las personas con sobrepeso que empezaron a hacer uso de herramientas online para llevar adelante rutinas de entrenamiento o hacer algún tipo de movimiento para mantenerse en forma. Consecuentemente, las fuentes que otorga internet y trabajos tales como los nutricionistas que pasaron a trabajar vía zoom, permitieron a aquellos “sedentarios” acercarse a una buena acción para su cuerpo, a fin de cuidarse en periodos de aislamiento.

En contraposición a esto, la cultura digital se expandió aún más en tiempos de cuarentena y generó efectos también negativos.

Una gran parte de la sociedad se vio influida a consumir más aún con la llegada de Globo, Rappi, etc y la cuarenta masificó este consumismo.

De la misma forma, el factor anímico también se ve conectado, ya que debido al encierro, gran parte de la sociedad decide desquitar su frustración, su enojo, su tristeza, etc mediante la comida. Con respecto al sueño, este también fue un factor clave durante estos tiempos, ya que al estar más conectados con objetos tecnológicos, muchas personas se vieron afectadas por el cambio de horario al dormir, lo que genera en muchos casos, atracones o hambre en momentos donde no tendríamos que comer, o dormir durante gran parte del día, generando que haya una actividad física nula en la vida de aquel individuo.

En el presente trabajo abordaremos la alimentación en cuarentena ligada a la tecnología en todos sus aspectos. Estudios llevados a cabo por el CONICET,

¹ Lucía Merino Marillos- “Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital “

específicamente realizados por la nutricionista Andreatta (2020), concluye que ²:*“El 55 % de las personas encuestadas que comen carnes contó consumir alimentos por estrés y ansiedad, mientras que el 62 % de los vegetarianos consultados indica un incremento en su consumo por las mismas razones. Ambas poblaciones han tenido un aumento en la cantidad de alimentos desaconsejados como harinas, golosinas, gaseosas y alcohol, al tiempo que se ha reducido el consumo de frutas y verduras”*. Con esta estadística se demuestra como debido al encierro, las personas sufren de estrés, insomnio, etc y en ese momento gracias a la influencia de la cultura digital , al ver una publicidad que incita el consumo de alimentos, se producen atracones que derivan en un aumento de peso.

Para entender el porqué del accionar de las personas, en esta investigación se verá ligada todas aquellas opciones que nos brinda el internet para llevarnos por un camino. En síntesis, el sistema está ligado a una sociedad de consumo hace décadas, y hoy en día al estar generalmente en mayor contacto con elementos tecnológicos como el celular, el ser humano tiene un mayor acercamiento a publicidades, propagandas, entretenimiento, etc. Se estima que un gran sector de la población elige invertir en sitios online, ya sea de comida como de ropa, utensilios, accesorios, pero este trabajo se centra en cómo ha aumentado el consumo en torno a la alimentación. Cuestiones como publicidades constantes en aplicaciones muy recorridas como instagram sobre hamburguesas u otras comidas, tientan a un ciudadano estresado y encerrado. Otras cuestiones tales como los deliverys a fin de no tener ganas de cocinar, o de hacer uso de aplicaciones tales como Rappi o Globo debido a sus fuertes publicidades en medios televisivos y aplicaciones, han seducido en gran medida a la población. Por otro lado, temas ligados a cuestiones de entretenimiento. Juegos de computadora o del celular, ya sea solos o con amigos, conlleva a que este método de relación sea usual dentro de la pandemia y por lo tanto, le quite mérito e importancia a “cocinar con conciencia”. Comidas rápidas y no variadas, por el solo hecho de sacarse la comida de encima o jugar y comer a la vez, es también otro de los factores claves a analizar dentro de esta investigación.

² Andreatta . (30 de abril 2020).*“Como la cuarentena está afectando nuestra dieta”*.

Por ende , luego de que se remarcaron las perspectivas tanto negativas como positivas en torno a las tecnologías, se plantea que el foco de este trabajo de investigación será como en estos tiempos de cuarentena , principalmente en Argentina la cual fue una de las más extensas del mundo, trajo que gran parte de la población tenga sobrepeso debido a sentirse influenciado por la cultura digital.

Muestreo de la realidad

Empresas de Comida Chatarra y sus estrategias de campaña

En la actualidad, los problemas derivados del consumo de alimentos se deben en gran medida a las estrategias de publicidad que bombardean constantemente a la población, principalmente en niñas y niños. Las industrias buscan aprovechar esta situación y moldear su gusto por sabores salados o dulces para convertir a los jóvenes en consumidores del día a día.

Ahora bien, los grandes monopolios empresariales basados principalmente en comida rápida tomaron ventaja del confinamiento social para llevar adelante diversas campañas en todos los medios, ya que la gente está en constante uso de elementos electrónicos como medio de trabajo, comunicación, entre otros. Fuentes como la televisión, el celular y sus aplicaciones, páginas de internet, invadieron estas plataformas con una gran cantidad de formas de atraer al público como toma de partida de su situación de encierro y aburrimiento. Algunos anuncios hacen alusión a que consumir productos con un contenido excesivo de azúcares, grasas y calorías, , calman la ansiedad ,el estrés y produce felicidad más aún en estos tiempos de encierro .

No solo niños y niñas, sino también hombres y mujeres que realizan sus actividades diarias y se topan con imágenes de comida que les genera un deseo de “darse un gusto”, lo cual con el tiempo pasó de ser un gusto a un hábito. Ahora la cuestión es, ¿Cómo pasa a ser un hábito? El encierro y el aumento de responsabilidades, más la convivencia familiar y diferentes cuestiones externas de la vida personal de cada uno, genera un agotamiento constante y días estresantes, de los cuales como mucha gente tiene la posibilidad de distenderse a través de una actividad como el ejercicio, mucha otra no encuentra solución y necesita de un

incentivo o “premio” a su arduo esfuerzo. ³Aquí es donde las publicidades toman un rol significativo, las cuales nos hacen sentir que su producto es una pequeña salvación a nuestros problemas u ocupaciones. La gente se deja caer en la tentación, con la excusa de que es una manera de comer “algo diferente” y cumple ese deseo que tanto le carcomía la cabeza debido a la cantidad de alimentos que había visto a lo largo del día en la televisión o en instagram. Un ejemplo muy claro de lo mencionado anteriormente son aquellas personas que realizan su trabajo en la cuarentena mediante una computadora, ya que siempre algún anuncio de una hamburguesa aparece, y eso sumado a las pocas ganas de cocinar que esa persona tiene debido a la larga jornada de trabajo que tuvo, culmina en el consumo de la comida chatarra.

Como bien se mencionó anteriormente, otro de los grandes consumidores en la cuarentena son los niños y adolescentes, ya que como bien se los considera como centennials, son los grandes consumidores y expertos del internet como herramienta de su vida cotidiana. El constante uso del celular y la computadora, en función con la gran cantidad de tiempo de ocio que poseen, conlleva a otras de las estrategias del mercado de aquellas grandes empresas y sus prototipos de marketing, los cuales utilizan al adolescente como el principal atraído hacia el deseo. Si bien las personas más adultas consumen a gran escala la comida chatarra, en niños y adolescentes la cuestión es mayor. Aplicaciones en auge y totalmente comunes como instagram, facebook, twitter, entre otras de las más utilizadas, son bombardeadas de anuncios y opciones que le inculcan al chico o chica un deseo de consumo. El acostumbamiento a la comida saludable y aburrida que le cocinan los padres, la comida chatarra llega como otra salvación, y los padres, con el fin de contentar a sus hijos y premiarlos por el simple hecho de que no pueden salir de sus casas, socializar, llevar su vida normal adelante, utilizan la comida chatarra para que se sientan apoyados y mimados por su familia.

Una manera concreta de comprobar el aumento de consumo por parte de la sociedad, es a través de la tecnología como se recalca anteriormente. Aquellas aplicaciones de moda y recurridas como Instagram y twitter, han aumentado considerablemente en cuestión de nuevos usuarios a través de la gente que está

³ *El poder del Consumidor. (29 abril de 2020). “Publicidad de comida chatarra se aprovecha de la pandemia por COVID-19 agudizando daños a la salud”*

conociendo nuevas plataformas con el encierro, como usuarios más activos y recurrentes. Aquello culminó en un aumento en gran escala de la cantidad de seguidores o “followers” que tienen estas páginas de comida, ya que la gente que busca consumir estos productos tan publicitados, desean estar al tanto de el producto en sí, y su agradecimiento hacia ellos, a través de descuentos o sorteos. De esta forma, se genera una cadena de consumo de la cual el vendedor otorga un producto totalmente normalizado y esparcido por la herramienta más utilizada hoy en día (el internet), y cada vez son más personas de diferentes edades, las que se suman a este círculo vicioso de deseo.

En cuanto a las estrategia de campaña, Según el testimonio de Mejía, el cual es el jefe de aplicación de entregas, Rappi no entrega datos de clientes individuales a vendedores, sino que analiza las tendencias de ventas. Este testimonio hace ilusión a que en dependencia a que producto se esté vendiendo en mayor proporción, la campaña publicitaria será entorno a ese producto, como por ejemplo , en el caso de Mc Donalds la Big Mac o en Burger King , El whopper



Img. 1; Imagen publicitaria vía internet realizada por Burger King en tiempos de pandemia

En relación a la problemática expuesta, se ha llevado a cabo una encuesta la cual refleja diferentes puntos de vista. En primer lugar, la encuesta ha reflejado que un 60% de las personas que han sido participes de esta, han cambiado su rutina alimenticia de una forma más perjudicial, pero de igual manera un 59,1% admite entrenar o realizar alguna actividad física o de movimiento. Estas estadísticas muestran que gran parte de la sociedad intenta moverse pero a su vez decaen en las costumbres alimenticias adecuadas. Por otra parte, otra de las cifras significativas dejan en claro que en este caso, el 36,4% de las personas cree que consumir ciertos alimentos en cuarentena y pleno encierro, les ayuda a sobrellevar el estrés y a tener un momento de felicidad o relajación. Otro 22,7% se opone a esta postura, otro 36,4% no tiene en claro su situación mientras que el restante 4,5% depende de su estado de ánimo. Lo anterior refleja que parte de la sociedad opta por tomar a los alimentos como fuente de escape del confinamiento social. También podemos aclarar que existe una gran incertidumbre, ya que prácticamente la misma

cantidad de personas, no sabe si consume aquellos alimentos solo por gusto o por desquite con la realidad. Consecuentemente, encontramos que un 59,1% admite haber pedido o comprado comida rápida con cierta regularidad en cuarentena, y un 18,2% utiliza estos métodos de compra de una forma bastante usual. Con esto, se logra observar que las publicidades y aplicaciones tomaron partida de la situación actual como fuente de ganancia, bombardeando a la gente con sus anuncios y “salvaciones” por al menos un momento en esta etapa de sus vidas.

Además de las encuestas, se llevaron adelante 2 entrevistas de personas experimentadas en un rubro, específicamente un entrenador de crossfit y una nutricionista, los cuales han ayudado a través de sus conocimientos y experiencias con pacientes a generar otro punto de vista el cual será adoptado en nuestra reflexión sobre cómo ha cambiado nuestra alimentación en cuarentena y sus efectos que conlleva como la obesidad.

A lo largo de la entrevista, tanto en el caso de la nutricionista como el entrenador se abarcan temas relacionado a la cultura digital, alimentación , deporte, etc En el caso del entrenador, destacamos varios momentos los cuales reflejan cómo se comporta la sociedad hoy en día en estas circunstancias.

Una de las preguntas mencionadas relacionada a las propagandas masivas vinculadas al consumo ,como las de comida rápida, se planteaba si están solucionando la vida de la gente o empeorando? “ *No, cada vez peor*”- respondió, haciendo referencia a que estas empresas que buscan “soluciones” mediante el consumo, lo único que hacen es perjudicar al individuo.

En consecuencia de esto, varias personas al empeorar se dieron por vencida , pero algunas otras al ver la adversidad siguieron adelante, por ello mismo se le preguntó por estos temas y sobre si hubo un aumento de consultas. “*Tuve de todos los casos, las consultas aumentaron. Por zoom o meet*”.

En relación a la cultura digital, se le preguntó sobre el entrenamiento via páginas en internet o videos en youtube y si era algo factible o no a lo que respondió , “*No, si las da un profesor clasificado si. Pero normalmente son influencers* “.

Analizando sus declaraciones, observamos que miles y miles de personas en nuestro país, y en el resto del mundo, posiblemente lleven una rutina diaria errónea debido a malas recomendaciones que encontraron en páginas o videos de internet ,

realizada por gente amateur del ámbito o simplemente gente que no conoce del tema.

Para cerrar la entrevista, se abordó el tema del sobrepeso, pero relacionado a lo emocional de cada persona. Según Rodri “Tratando de hacer que la persona se divierta y lograr cambios en la misma se logra llevar un entrenamiento de buena forma” y por último recomendó que aquellas personas que sufren sobrepeso, vean a un nutricionista para no cometer errores, “es lo mejor que puede acompañar un entrenamiento”, agregó.

En la otra entrevista que se elaboró, hemos tenido la oportunidad de contactarnos con Gabriela Espinoza. Esta profesional compartió algunos detalles de su trabajo y pensamiento a través de las preguntas que específicamente hemos realizado para la investigación. Entre aquellas preguntas, podemos mencionar su punto de vista analítico sobre las dificultades que conlleva tener sobrepeso. Gabriela mencionó “Las dificultades son muy variables, pero estamos de acuerdo que ninguna de ellas son fáciles de tratar. Es por eso que existen los nutricionistas, exclamó. Entre estas dificultades podemos encontrar mitigación, problemas cardiovasculares, hipertensión, diabetes, colesterol alto, entre otros”. Vinculado con la pregunta anterior, sacamos la siguiente pregunta que se refería a si la nutricionista tenía conocidos con sobrepeso y se dejan ayudar. A esto, Gabriela respondió, “Tengo familiares con sobrepeso y siempre trato de ayudarlos, tanto desde mi lado familiar como profesional. Aún así, no es tan fácil como parece, porque se vinculan muchas cuestiones, entre ellas las emocionales, la forma de dirigirse hacia la otra persona, y la empatía necesaria para poder llevar adelante un progreso alimenticio más controlado”. Con sus declaraciones se da a entender que el sobrepeso es una enfermedad que está muy presente en la sociedad actualmente, y sumado a las cuestiones tecnológicas y el encierro, todas aquellas variantes que la gente solía tener para llevar una vida más activa, ha disminuido totalmente y se ha reemplazado por aquellos hábitos sedentarios y alimenticios que no nos benefician. Conectado con lo anterior, formulamos una pregunta más específica para poder entender esta situación, la cual refiere a si nuestra vida se ha vuelto realmente más sedentaria debido a los dispositivos tecnológicos, como esto afecta a la salud y qué recomendaciones puede aportar. Gabriela ha sido muy concisa con su respuesta, “Es una verdad que nuestra vida se ha limitado mucho más debido a la cuarentena y la tecnología, no solo porque la gente no pueda salir, sino que tampoco todo el mundo tiene el espacio o los

recursos para realizar dichas actividades. Referido a la tecnología, muchos trabajos han pasado a ser vía online, como en el caso de los profesores, y sobre todo en caso de niños y adolescentes que se conectan a ellas. En este tema, los más perjudicados han sido los jóvenes ya que son quienes más conectados e influenciados andan por las redes, aplicaciones y juegos, provocando una vida de rutina repetitiva si es que no hay una intervención familiar de por medio.

Una vez recopilados todos los elementos de investigación, podemos llegar a una conclusión a través del análisis de toda la trayectoria de este trabajo. El tema de alimentación siempre fue un tópico interesante para examinar, no sólo por la salud de uno mismo y la importancia que esta tiene, sino también por la gran brecha social que diversos factores como la moda y el estereotipo vinculan. Ahora bien, mediante este proyecto, el cual abarca tanto fuentes exteriores como propia, se logró reafirmar y comprobar la hipótesis la cual planteaba como en estos tiempos de cuarentena, principalmente en Argentina la cual fue una de las más extensas del mundo, trajo que gran parte de la población tenga sobrepeso debido a sentirse influenciado por la cultura digital.

A lo largo del trabajo podemos observar que cuestiones externas de comercio, como publicidades y marketing, como también de trabajo y estrés, fueron diferentes pilares que fueron moldeando nuestro propósito de la investigación, el cual es como afecta la alimentación en cuarentena. Si bien mucha gente pudo hacer utilización del internet y de los medios cercanos que tenía a su alcance para dar un giro a su vida de una forma más saludable, como la gente que busca rutinas o formas de alimentarse mejor, también existió gran parte de la sociedad la cual se hundió y refugio en la alimentación como un placer para afrontar la realidad. Si comparamos lo comentado con las encuestas, podemos ver sin dificultades que la sociedad está dividida, ya que no había mucha diferencia en los porcentajes. Para aquellas personas que atravesaron momentos de angustia, estrés y descontento, la tecnología era su gran amiga para llevar adelante su trabajo y poder realizar algún tipo de actividad fuera del ámbito laboral, pero a la vez, era su gran enemiga. Las grandes compañías, no solo de alimentos sino de otros elementos como la ropa, llenaron los medios de anuncios y “verdades” aprovechando la fragilidad de las personas en este momento. Es allí donde entra el rol de la alimentación, ya que por un lado, estar todo el tiempo encerrados en un mismo lugar con las mismas personas nos termina de inquietar y

necesitamos una forma de poder darnos una recompensa por ese esfuerzo. Como no podemos salir, los anuncios son nuestra única salida, ya sea para “darnos un gusto” o para adquirir alguna prenda que queríamos. ¿Por qué mencionamos que las publicidades son nuestras mejores amigas y a la vez nuestras peores enemigas? Porque si hablamos de comida y vestimenta, existen los tan conocidos estereotipos. La alimentación no solo se refleja en nuestra salud, sino también en nuestro físico, y la cultura mediática impone un estilo de físico como normal o atractivo. El consumo de comida chatarra, muchas veces atrae nuestra atención, hagamos lo que hagamos, de alguna manera u otra vamos a terminar viendo un anuncio de mcdonalds o burger king.

Al consumir una hamburguesa por ejemplo, muchas personas se ponen a pensar en que eso que acaban de consumir es perjudicial para su cuerpo, y que están ganando peso, lo cual genera un malestar emocional y en otros casos, enfermedades como la bulimia o anorexia. Todo tiene una explicación, y esto se vincula con la vestimenta también, donde todos los modelos, partidarios de los medios o imágenes públicas tienden a tener cuerpos esbeltos y trabajados, utilizándolos como herramienta para ganar fama, trabajo, repercusión, entre otros. Esos cuerpos son cada vez más comunes y la gente los toma como meta para poder obtener lo mismo, por lo cual cada vez se refuerza más ese modelo corporal, y las personas que no se ven capaces de llegar a ese modelo, o que intentan y no pueden, utilizan la comida como una de las tantas formas de desquitarse con esa injusticia.

Finalmente, podemos entender que todo lo analizado a través del trabajo tiene una razón, y es que de alguna manera u otra, se terminan vinculando para reforzar un factor externo. Ese factor, es esa rueda que gira y termina siempre en el mismo lugar, separar lo aceptado como atractivo socialmente de lo que no. Eso es algo que solo la propia sociedad puede modificar a través de una conciencia colectiva y renovada.